



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian dengan pendekatan ini dipilih guna menjelaskan fenomena yang diteliti secara mendalam dan komprehensif melalui pengumpulan data yang sedalam dalamnya sehingga besar populasi tidak diutamakan bahkan cenderung terbatas.

Selain itu, penelitian kualitatif menurut Meleong (2010, h.3) adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, Secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Dalam penelitian kualitatif peneliti adalah bagian integral dari penelitian, sehingga diharuskan untuk terjun langsung ke lapangan sehingga hasilnya bersifat subjektif, kausistik, dan bukan untuk digeneralisasikan.

Sedangkan paradigma yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah paradigma post-positivis. Paradigma tersebut tidak tergantung kepada data data gagasan, melainkan dilihat dari hubungan antara individu, keterlibatan peneliti dalam menginterpretasikan praktik tersebut. Peneliti meyakini gagasan bahwa teori dan konsep yang muncul dari data mereka hubungkan secara langsung dengan situasi tertentu yang berlangsung secara alami (Daymon,2008:6-7).

Pendekatan dan paradigma yang dipilih oleh penulis, merupakan pendekatan yang cukup tepat untuk meneliti dan mengerti penelitian ini. Hal ini didasari oleh pertimbangan bahwa sifat dari proses komunikasi yang diteliti ialah dinamis atau terus menerus berubah, seiring berjalannya penelitian.

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian kualitatif ini dapat dipadukan dengan berbagai tipe riset, seperti deskriptif, eksploratif, eksplanatif, dan evaluasi. Tetapi pada penelitian ini penulis hanya akan menggunakan sifat penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta fakta dan sifat sifat populasi atau objek tertentu. Selain itu menurut Bungin (2008, h.68) penelitian kualitatif jenis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan berbagai kondisi, situasi, dan berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian agar berupaya menarik realitas tersebut ke permukaan sebagai suatu iri, karakter, sifat, model, tanda, atau suatu gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu.

Metode penelitian deskriptif biasa dilakukan untuk menjelaskan suatu topik yang biasanya berupa fungsi (pola hubungan) atau karakteristik objek penelitian dan menggunakan kata tanya "Apa" dan "Bagaimana".

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3.3 Metode penelitian

Metode yang digunakan oleh penulis pada penelitian ini adalah studi kasus yang mengamati fenomena yang terjadi pada situasi tertentu di tengah masyarakat. Studi kasus adalah metode riset yang menggunakan berbagai sumber data sebanyak mungkin, data biasa digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komperhensif berbagai aspek kehidupan individu, kelompok dalam suatu program, organisasi, atau peristiwa secara sistematis data yang bias digunakan untuk meneliti, menguraikan dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek kehidupan individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis". Kriyantono (2006, h.65).

Metode kualitatif cocok untuk digunakan karena peneliti ingin mengetahui bagaimana aplikasi strategi suatu perusahaan, secara umum studi kasus merupakan strategi yang lebih sesuai bila pokok pertanyaan suatu penelitian adalah berkenaan dengan "Bagaimana" atau "Kenapa", bila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa yang akan diselidiki dan bagaimana fokus penelitian terletak pada fenomena kontemporer di dalam konteks kehidupan nyata (Robert K. Yin 2002, h.1)

Menurut Mulyana (2001, h.201) studi kasus, peneliti berupaya wawancara secara seksama dan dengan cara mengkaji sejumlah besar variable mengenai suatu kasus khusus. Disebutkan bila studi kasus memiliki ciri ciri:

1. Partikularistik, artinya studi kasus terfokus pada situasi, peristiwa, program atau fenomena tertentu.

2. Deskriptif, hasil akhir metode ini adalah deskriptif detail dari topik yang diteliti.
3. Heuristik, Metode studi kasus membantu khalayak memahami apa yang sedang diteliti. Interpretasi baru, perspektif baru, makna baru merupakan tujuan dari studi kasus.
4. Induktif. Studi kasus berangkat dari fakta fakta di lapangan kemudian menyimpulkan ke dalam tataran konsep atau teori.

Jenis studi kasus yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah studi kasus Deskriptif. Studi Kasus Deskriptif digunakan untuk meneliti suatu kasus tertentu agar tersaji sebuah perspektif tentang isu atau perbaikan suatu teori, kasus juga tidak menjadi fokus utama, melainkan sebagai medium yang memudahkan dalam memahami hal lainnya (eksternal). Denzin dan Lincoln (2009, h.301)

Pada penelitian ini penulis menggunakan studi kasus jenis Deskriptif, karena penulis memiliki keinginan untuk memahami strategi promosi berbasis, sosial media, dalam kasus ini akun Facebook milik Garuda Indonesia dalam membangun *loyalty customer*.

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2009, h.193) jika ditinjau dari sumbernya, data dapat dikategorikan menjadi data primer dan data sekunder. Sumber primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sedangkan sumber skunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data.

Sedangkan menurut Pawiton (2008, h.96) secara garis besar, data dalam penelitian komunikasi kualitatif dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis, yaitu: data yang diperoleh dari hasil wawancara, data yang diperoleh dari hasil observasi, dan data yang berupa dokumen, teks, atau karya seni yang kemudian dinarasikan. Oleh karena itu, penulis memilih *in depth interview* dan observasi *non-participant* sebagai cara untuk mengumpulkan data primer dan studi literatur sebagai cara untuk mengumpulkan data sekunder.

1. Wawancara Mendalam (*in depth interview*)

Wawancara adalah percakapan antara periset seseorang yang berharap, mendapatkan informasi dan informan seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek (Berger, 2000, h.111) dalam (Kriyantono, 2006, h.98).

Jenis wawancara yang digunakan pada penelitian ialah wawancara *in depth interview*, suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam.

Wawancara ini dilakukan dengan frekuensi tinggi dan intensif. Biasanya proses pelaksanaan wawancara berjalan dengan waktu yang cukup panjang.

Wawancara mendalam digunakan untuk mengetahui data primer mengenai strategi promosi yang dilakukan Garuda Indonesia guna menarik atensi *customer*. Menurut Kriyantono (2006, h.98) wawancara mendalam adalah cara mengumpulkan informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan atau narasumber untuk mendapatkan data lengkap dan mendalam. Sehingga fenomena yang terjadi di tengah masyarakat dapat dijelaskan.

2. Studi literatur

Studi literatur digunakan penulis untuk menunjang proses pengumpulan data primer atau sebagai data sekunder. Menurut Sugiyono (2008, h.192) sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikakn data kepada pengumpul data, misalkan lewat orang lain atau dokumen. Data yang berasal studi literatur pada peneitian ini diambil penulis dari berbagai bentuk sumber seperti media baru, buku, jurnal ,penelitian, skripsi dan disertasi.

3.5 Narasumber

Penelitian ini menggunakan teknik analisis studi kasus sehingga data didapat melalui wawancara mendalam pada subjek penelitian. Dalam penelitian kualitatif, prosedur pemilihan sample atau informan sengaja ditujukan kepada orang, organisasi, komunitas, budaya,acara, yang dapat menawarkan wawasan dan

pengetahuan penting mengenai fenomena, topik, atau fokus penelitian.

(patton,2002, h.40). Pada penelitian ini yang menjadi *Key Informan* adalah;

1. Adryan Audry
Selaku Marketing Komunikasi Garuda Indonesia.
2. Adel Lia
Selaku Sosial Media Eksekutif PT Garuda Indonesia.
3. Anjoe Resha
Selaku Sosial Media Manager PT Garuda Indonesia.
4. Melysa Danila
Selaku Customer Relationship Management Stoqo
5. Keira Nadira
Selaku Customer PT Garuda Indonesia

3.6 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini terbatas pada strategi promosi Garuda Indonesia melalui Facebook guna menarik atensi *customer*.

3.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode triangulasi data, tujuannya adalah memeriksa kebenaran data tertentu dengan membandingkan dengan data yang diperoleh dari sumber lain, pada berbagai fase penelitian lapangan, pada waktu yang berlainan, dan dengan menggunakan metode yang berlainan. Triangulasi dapat juga dilakukan dengan membandingkan antara hasil dua peneliti atau lebih, serta dengan menggunakan teknik yang berbeda, misalnya observasi, wawancara,

dan studi dokumen (Ardianto,2010, h.197). Begitu juga dengan Denzin yang memiliki pengertian akan triangulasi data yang relatif sama dan dapat ditempuh dengan jalan berikut, membandingkan data hasil wawancara dengan data hasil observasi, membandingkan dengan apa yang dilakukan secara pribadi dengan apa yang dikatakan di depan umum, membandingkan apa yang dikatakan orang orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu, membandingkan keadaan dan prespektif seseorang dengan berbagai pendapat dari berbagai lapisan masyarakat baik tingkat pendidikan atau status pekerjaan.

Dalam menganalisa peneliti mengikuti metode dari Miles dan Huberman (1994) dalam Pawito (2007, h.104-106) yang menawarkan suatu teknik analisis yang lazim disebut interaktif model. Teknik analisis ini terdiri dari tiga komponen yaitu reduksi data (data reduction), penyajian data dan penarikan serta pengujian kesimpulan.

Langkah reduksi data melibatkan beberapa tahap. Pertama dilakukan penyuntingan, pengelompokan, dan meringkas data. Kemudian disusunlah catatan mengenai berbagai hal, termasuk yang berkenaan dengan aktivis, serta proses sehingga dapat ditemukan tema tema, kelompok-kelompok dan pola data.

Catatan yang dimaksud adalah gagasan dan ungkapan yang mengarah pada teori berkenaan dengan temuan data. Terakhir, penyusunan rancangan konsep (konseptualisasi) serta penjelasan berkenaan dengan tema dan kelompok data

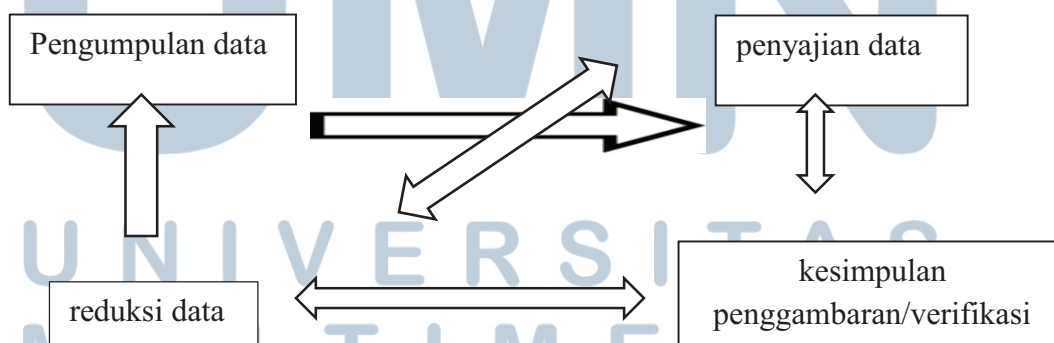
terkait. Jika ditemukan data yang sulit diidentifikasi dan kurang relevan dengan tujuan penelitian, data tersebut tidak akan dianalisis.

Komponen analisis interaktif kedua dari Miles dan Huberman adalah penyajian data. Komponen ini melibatkan langkah pengorganisasian data, yaitu menjalin data yang satu dengan data yang lain sehingga seluruh data besar besar dilibatkan dalam sesuatu kesatuan.

Ini karena dalam penelitian kualitatif perspektif data biasanya beraneka ragam dan banyak, maka penyajian data pada umumnya akan membantu proses analisis. Dalam hubungan ini, data tersusun yang kemudian saling terkait sesuai dengan kerangka teori yang digunakan.

Dalam komponen terakhir yaitu penarikan serta pengujian kesimpulan (*conclusion drawing and verifying*), tahap akhir dimana peneliti menarik kesimpulan berdasarkan data dari lapangan, dan mencatat gejala gejala yang menyebabkan terjadinya hubungan sebab-akibat dari sebuah peristiwa.

Gambar 3.1 Analisis model interaktif Miles & Huberman



Sumber: Denzim dan Lincoln (2009, h.592)

3.8 Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang dilakukan penulis dimulai sejak tanggal 1 Februari 2018 -1 Maret 2018. Penulis melakukan pengamatan terhadap Facebook Garuda Indonesia selama 1 bulan dan melakukan penelusuran lebih lanjut dengan mewawancari secara langsung kepada daftar narasumber yang sesuai dengan divisi dari pihak Garuda Indonesia, ahli *Customer Relationship Management*, dan Customer Garuda.

